



PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR BEKAS MEREK VEGA R PADA CV. JAYA MOTOR DI KECAMATAN DEMPET KABUPATEN DEMAK

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

ABDUL KAFI

NIM : 2008-11-002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI**

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2014

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
SEPEDA MOTOR BEKAS MEREK VEGA R PADA CV. JAYA MOTOR
DI KECAMATAN DEMPET KABUPATEN DEMAK**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim
Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Mengetahui,

Ketua Prodi

NOOR AZIS, SE, MM
NIS. 0610701000001179

Mengetahui,

Dekan

Dr. H. MOCHAMADEDRIS, Drs, MM
NIS. 0610702010101021

Drs. H. TAUFIK, MS. MM
NIS. 19500411198031001

Pembimbing II

DIAN WISMAR'EIN, SE, MM
NIS. 0610701000001177

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

"Bacalah dengannya nama Tuhanmu yang menciptakan. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah . Bacalah, dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah yang mengajarkan dengan Qalam. Dialah yang mengajarkan manusia segala yang belum diketahui"

(Q.S Al-'Alaq 1-5)

"Harga Kebaikan manusia adalah diukur menurut apa yang telah dilaksanakan dan diperbuatnya"

(Ali Bin Abi Thalib)

"Jenius adalah 1% inspirasi dan 99% keringat. Tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras"

PERSEMBAHAN :

1. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang selalu mendampingi perjuanganku melalui untai doa dalam sujud panjangnya
2. Saudaraku yang selalu menjadi teman bertukar pikiran
3. Untuk Almamater UMK
4. Sahabat-sahabatku.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, atas limpahan rahmat yang tak ternilai sertahidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul:

“PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR BEKAS MEREK VEGA R PADA CV. JAYA MOTOR DI KECAMATAN DEMPET KABUPATEN DEMAK”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapat dorongan dan nasehat dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
2. Bapak Drs. H. Taufik, MS. MM, selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dian Wismar'ain, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universtias Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.
5. Karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak membantu hingga tersusunnya penulisan skripsi ini.
6. Bapak M. Zaeni Pemilik CV. Jaya Motor Kecamatan Dempet Kabupaten Demak yang telah memberikan ijin penelitian.
7. Kepada konsumen sepeda motor di CV. Jaya Motor Kecamatan Dempet Kabupaten Demak khususnya yang telah berkenan memberikan tanggapan atas kuesioner penelitian ini.
8. Kedua orang tua dan saudaraku yang telah memberikan bantuan do'a restu dorongan dan bantuan moril maupun meteriil sehingga skripsi ini dapat selesai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis akan bersenang hati untuk menerima kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat Amin.

Kudus,

2014

ABDUL KAFI

NIM. 2008-11-002

ABSTRAKSI / RINGKASAN

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN

STATUS TERAKREDITASI B

STRATA 1 : 2014

- A. Nama : ABDUL KAFI
- B. JudulSkripsi : **PENGARUH BAURAN PEMASARAN
(MARKETING MIX) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR
BEKAS MEREK VEGA R PADA CV. JAYA
MOTOR DI KECAMATAN DEMPET
: KABUPATEN DEMAK**
- C. JumlahHalaman : Permulaan xiii, isi85, tabel 19, gambar5
- D. Isi Ringkasan

Pemahaman akan perilaku konsumen mutlak diperlukan apalagi pada saat sekarang ini perkembangan dari dunia otomotif yang begitu pesat dan cepat membuat intensitas persaingan yang semakin tinggi, dan ini menjadi hal penting bagi para pemasar apabila ingin tetap diterima oleh konsumennya.

Penelitianiniibertujuanuntuk :1) Menganalisispengaruh produk, harga, promosi, dan distribusi terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekasmerkVEGA Rpada CV. Jaya Motor di KecamatanDempet Kabupaten Demak secara parsial. 2) Menganalisispengaruh produk, harga, promosi, dan distribusi terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekasmerkVEGA Rpada CV. Jaya Motor di KecamatanDempet Kabupaten Demak secara berganda.

Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan kualitatif. Sampel yang dijadikan objek penelitian sebanyak 100 responden pengguna sepeda motor bekas merek VEGA R dan pengambilan data berupa observasi, wawancara, kuesioner. Sedangkan untuk pengolahan data dianalisis untuk uji validitas dan reabilitas memakai rumus *Alpha Cronbach* dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 16,0 for windows.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Dari hasil analisis didapatkan bahwa variabel faktor produk, harga, promosi dan distribusi secara simultan/ bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan (bermakna) terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas merek VEGA R baik secara parsial maupun berganda.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, FaktorProduk, Harga, Promosi, Distribusi, danKeputusanPembelian.

E.Daftar buku yang digunakan : 25 (Tahun 2000-2012)



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. LatarBelakang.....	1
1.2. RuangLingkup.....	4
1.3. RumusanMasalah.....	4
1.4. TujuanPenelitian.....	5
1.5. KegunaanPenelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Manajemen Pemasaran	7
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.2. Pasar dan Pemasaran	11
2.2.1. Pengertian Pasar dan Pemasaran	11
2.3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	15

2.3.1. Kajian Tentang Bauran Pemasaran.....	15
2.3.1.1. Kajian Tentang Produk.....	17
2.3.1.2. Kajian Tentang Harga.....	19
2.3.1.3. Kajian Tentang Promosi.....	24
2.3.1.4. Kajian Tentang Distribusi.....	26
2.4. Pengambilan Keputusan Konsumen.....	28
2.5. Tinjauan Penelitian Terdahulu	33
2.6. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	37
2.7. Hipotesis	38
BAB. III. METODE PENELITIAN	39
3.1. Rancangan Penelitian	39
3.2. Variabel Penelitian	39
3.2.1. Macam Variabel	39
3.2.1.1. Variabel Terikat (<i>Dependent</i>).....	39
3.2.1.2. Variabel Bebas (<i>Independent</i>).....	40
3.2.2. Definisi Operasional Variabel	40
3.2.2.1. Barang (<i>Product</i>).....	40
3.2.2.2. Harga (<i>Price</i>).....	40
3.2.2.3. Promosi (<i>Promotion</i>).....	41
3.2.2.4. Distribusi (<i>Distribution</i>).....	41
3.2.2.5. Keputusan Pembelian.....	41
3.3. Jenis dan Sumber Data	42

3.4. Populasi dan Sampel	43
3.5. Teknik Pengumpulan Data	44
3.6. Pengolahan Data	45
3.7. Uji Instrumen Penelitian	46
3.7.1. Uji Validitas	46
3.7.2. Uji Reliabilitas	47
3.8. Analisis Data	48
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	48
3.8.2. Analisis Kuantitatif	48
3.8.2.1. Analisis Regresi	48
3.8.2.2. Pengujian Secara Parsial	49
3.8.2.3. Pengujian Secara Berganda	49
3.8.3. Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	51
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.1. Sejarah Singkat CV. Jaya Motor.....	52
4.1.2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	53
4.1.2.1. Struktur Organisasi.....	53
4.1.2.2. Uraian Tugas.....	55
4.2. Uji Instrumen Penelitian.....	58
4.2.1. Uji Validitas.....	58

4.2.2. Uji Reliabilitas.....	59
4.3. Penyajian Data	61
4.3.1. Identitas Responden	61
4.3.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel	64
4.3.2.1. Variabel Produk.....	64
4.3.2.2. Variabel Harga.....	65
4.3.2.3. Variabel Promosi.....	66
4.3.2.4. Variabel Distribusi.....	67
4.3.2.5. Variabel Keputusan Pembelian.....	68
4.4. Analisis Data	70
4.4.1. Analisis Regresi Berganda	70
4.4.2. Uji Hipotesis Parsial.....	72
4.4.3. Uji Hipotesis Berganda.....	75
4.4.4. Koefisien Determinasi.....	76
4.5. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis	77
4.6. Kajian Hasil Penelitian	81
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1. Kesimpulan	82
5.2. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Hubungan antara 4P dan 4C.....	17
2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	33
3.1. Tabel Z (Penentuan Sampel).....	43
4.1. Hasil Pengujian Validitas.....	59
4.2. Hasil Pengujian Reabilitas.....	60
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Pembelian....	64
4.8. Frekuensi Variabel Produk	65
4.9. Frekuensi Variabel Harga	66
4.10. Frekuensi Variabel Promosi.....	67
4.11. Frekuensi Variabel Distribusi.....	68
4.12. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	69
4.13. Hasil Analisis Regresi.....	70
4.14. Hasil Uji Parsial (Uji T).....	73
4.15. Hasil Uji Berganda (Uji F).....	75
4.16 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Empat Bauran Pemasaran.....	16
2.2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	30
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	37
4.1. Struktur Organisasi CV. Jaya Motor.....	54
4.2. Kajian Hasil Penelitian.....	81

